



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## GRADO EN COMERCIO

<b>Asignatura</b>	Francés I	<b>Código</b>	801968
<b>Módulo</b>	Formación Básica	<b>Materia</b>	Idioma Moderno
<b>Carácter</b>	Básica	<b>Créditos</b>	6
<b>Curso</b>	1º	<b>Semestre</b>	Segundo

<b>Departamento Responsable</b>	Departamento de Estudios Románicos, Franceses, Italianos
<b>Coordinador/a</b>	Ver listado de Coordinadores/as <a href="https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas">https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas</a>

## SINOPSIS

Estudio práctico de la lengua francesa contextualizado en el ámbito profesional del comercio, atendiendo tanto a la adquisición de una formación teórica en el ámbito de la lingüística del francés como al desarrollo de las competencias comunicativas hasta alcanzar un nivel suficiente para el adecuado uso de dicha lengua en los ámbitos profesionales para los que capacita el título.

### CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

No se han establecido prerequisites.

### OBJETIVOS FORMATIVOS

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Adquisición de las cuatro competencias básicas de producción oral y producción escrita (CO, CE, EO, EE), y de interacción, para desenvolverse en situaciones profesionales sencillas, en francés de especialidad.

Estarán en disposición de pasar a un nivel aplicado de la lengua extranjera elegida en el que se introducirán en el ámbito comercial.

### COMPETENCIAS

## **Generales**

**CG1** - Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial

**CG2** - Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial

**CG3** - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve

**CG4** - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

## **Específicas**

**CE18:** Dominar, tanto a nivel oral como escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarlo en el ámbito comercial, por ejemplo, en situaciones de negociación comercial en el ámbito internacional.

**CONTENIDOS TEMÁTICOS**  
**(Programa de la asignatura)**

**Gramaticales:**

- Los pronombres sujetos, tónicos.
- *C'est / il est*
- El género y el número
- Los artículos definidos, indefinidos, contractados y partitivos
- Presente de los verbos en -er
- Presente de los verbos *être, avoir, aller, devoir, écrire, venir, vouloir, pouvoir, prendre, faire, sortir*
- Presente de los verbos pronominales
- Los adjetivos calificativos, posesivos, interrogativos, demostrativos
- La interrogación (*quel, quelle, quels, quelles, où, est-ce que, qu'est-ce que c'est, combine, quand, à quel moment, à quelle heure ?*, los tres registros)
- La negación (*ne...pas; ne...rien, ne....jamais, ne...pas encore*) en presente y en passé composé.
- Las preposiciones de lugar
- Los adverbios de frecuencia y de cantidad
- El pronombre "on"
- Los pronombres COD
- El imperativo
- El futuro próximo
- El pasado compuesto con *être* y *avoir*

**Actos de habla:**

- Saludar, presentarse, identificarse
- informarse, preguntar, confirmar, agradecer
- situar en el espacio; indicar una dirección
- ordenar, aconsejar, prohibir, manifestar sorpresa, indignación
- expresar la posesión, proponer, aceptar, rechazar, decir la hora, expresar el tiempo, expresar la necesidad, los gustos
- expresar la cantidad, la probabilidad, la intención;
- describir acontecimientos actuales y pasados
- describir una ciudad, un barrio
- opinar, comentar y justificar; argumentar y rechazar opiniones .

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	0
<b>EVALUACIÓN</b>		

SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	60%
Trabajo e informes	30%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%

## RECURSOS

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Tauzin b. et Dubois al., *Objectif Express* (1) a1/a2, Hachette, 2006  
 Tauzin b. et Dubois al., *Objectif Express* (1) A1/A2, Cahier d'activités, Hachette, 2006  
 Grégoire, Maïa, *Grammaire progressive du français*. Niveau débutant, París, Clé International, 2011 (2º ed.)

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

García Pelayo et Gross, *Diccionario moderno Francés-Español, Espagnol-Français*, París, Larousse, 2007.  
 Penfornis, Jean-Luc, *Français.com*, débutant, París, Clé International, 2007  
 Poisson-Quinton, S. et al., *Grammaire expliquée du français*, París, Clé International, 2003.  
*L'art de conjuguer*. Le nouveau Bescherelle, Hatier, París, 1999.

### Idioma en que se imparte

Español/Francés

### Otra información

## Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por streaming u online, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases on line, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre:

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60>

### Cronograma de la Asignatura

#### Ejemplo de las cuatro primeras semanas

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Día 1*</b> <i>online</i>	G1 presencial	G1 presencial	G1 <i>streaming</i>
	G2 <i>streaming</i>	G2 presencial	
<b>Día 2*</b> <i>online</i>	G1 presencial	G2 presencial	G1 <i>streaming</i>
	G2 <i>streaming</i>	G2 presencial	

La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:

Día 1\*: Primer día de clase de una semana concreta.

Día 2\*: Segundo día de clase de una semana concreta.

El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:

- G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M\*.
- G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z\*.

\*Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos.

La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual.

#### Duración de las clases:

- Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos.
- Las clases online tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.